

STOP AU VIRTUEL

ENSEMBLE POUR DE VRAI

FACETIME, SMS, FORUMS DE DISCUSSION... C'EST SYMPA (ET PRATIQUE). MAIS QUAND ON PEUT SE RENCONTRER, PAPOTER ET PARTAGER DE BONS MOMENTS « EN VRAI », C'EST ENCORE MIEUX. NOS PISTES. par ALMA SERRA

Finis le temps des magasins où l'on faisait les 100 pas en solitaire dans les rayons ! Maintenant, on veut des lieux de vie « comme à la maison ». Parce que, pour la vente basique, il y a Internet. Ce qui compte désormais à l'heure du shopping : se retrouver, dialoguer, vivre une expérience. Un exemple ? Sézane (sezane.com/fr), la marque de mode – née sur les réseaux sociaux – n'ouvre pas des « boutiques » mais des... « appartements ». Là, on peut commander sur une tablette la robe essayée quelques minutes plus tôt mais, surtout, s'inspirer de la déco, feuilleter des livres, échanger avis et impressions avec ses voisins, tasse de café en main, lovée dans un fauteuil. Convivial au point de nous dégoûter pour un moment de ces interminables errances sur les « market places » (ces sites Internet qui vendent de tout, en multimarque)...

Partage à tous les étages

« On a complètement basculé, souligne Pascale Brousse, fondatrice de l'agence de tendances Trend Sourcing (trendsourcing.com). Plus rien n'ouvre sans que rencontres ou partages ne soient proposés à la clé. » Idem pour les vacances. **L'hôtel où poser ses bagages et s'enfermer dans sa chambre, on n'en veut plus. Aujourd'hui, c'est le modèle de l'auberge qui cartonne.** Un lieu d'échanges où l'on propose des activités et où les hôtes peuvent se retrouver autour d'un poêle pour siroter un digestif. D'où le succès de Fais tes vacances (faistesvacances.fr), village-club qui permet de transformer son séjour en

PHOTO/ISTOCK

plein air en expérience avec pas loin de 300 activités proposées (chorale, peinture, théâtre, massages, arts martiaux, rando, écriture, stage de confiance en soi et cours de bricolage) à suivre avec d'autres vacanciers de tous milieux et de tous âges. Le ciment de toutes ces nouvelles approches ? Le partage, le face-à-face, main dans la main, yeux dans les yeux.

Co-actions en chaîne

« Nous assistons à une véritable rupture, relève Pascale Brousse. Le monde s'accélère, il est de plus en plus incertain, en contrepartie, notre besoin d'humanité se renforce. On cherche de nouvelles sensations, des espaces d'expérimentation. On veut communier ! » Le mot est lâché. Enfin, plutôt le préfixe. **Aujourd'hui, toute belle histoire commence par ces deux lettres : « co », communier donc, mais également collaborer, coopérer et même covoiter, colouer ou coworker...** On veut bien tout faire mais, si possible, ensemble, en communauté. « Il s'agit d'une tendance sociétale très forte en France, remarque Jörg Müller, chercheur au Credoc et maître de conférences à Sciences Po. 36 % des citoyens français déclarent utiliser une plateforme collaborative, marchande ou non. Loin devant la moyenne européenne qui se situe à 17 %. » Les raisons d'un tel engouement ? Pour le chercheur, pas de doute, tout cela est le fruit de la crise de 2008. « Les citoyens, constate-t-il, ont réalisé que les États n'étaient plus aptes à assurer leur avenir. Quelque chose s'est rompu. Et la question « comment faire autrement ? » s'est posée à tous. Avec une réponse évidente : on se débrouille par soi-même avec une communauté fédérée par Internet. À cela s'ajoute l'aspiration égalitaire typiquement française héritée de la Révolution. « Si on demande aux Français